

Kierunek: Marketing (studia I stopnia)
Forma studiów: Stacjonarne
Początek cyklu kształcenia: r. akad. 2026/2027

Nr semestra	Nazwa zajęć	Zaliczenie	Model kształcenia	Liczba godzin poszczególnych form zajęć						Liczba godzin			ECTS			Liczba godzin zajęć kształcących umiejętności praktyczne	ECTS na zajęcia kształcące umiejętności praktyczne	Zajęcia do wyboru (DW)	ECTS na zajęcia do wyboru	Forma zaliczenia
				W	Ć	War	Konw	Lekt	PrZaw	Zajęcia z kompetencjami w szkoleniu NA lub KOPC	Pracę własną	Ogółem	Razem	Za zajęcia z kompetencjami NA lub KOPC	Za pracę własną					
1	BHP	Og	Ogólny	8						8	0	8	0	0,0	0,0					Zbo
1	Umiejętności akademickie	Og	Ogólny	15						15	10	25	1	0,6	0,4					E
1	Wprowadzenie do filozofii	Og	Ogólny	25						25	90	125	5	1,4	3,6					E
1	Podstawy komunikacji społecznej	Og	Ogólny	30						30	70	100	4	1,2	2,8					E
1	Wprowadzenie do psychologii	Og	Ogólny	30						30	95	125	5	1,2	3,8					E
1	Teoria organizacji i zarządzania	Og	Kierunkowy	30						30	95	125	5	1,2	3,8					E
1	Podstawy ekonomii	Og	Kierunkowy	30						30	95	125	5	1,2	3,8					E
1	Podstawy marketingu	Zawr. S3	Kierunkowy	30						30	70	100	4	1,2	2,8					E
				208	0	0	0	0	0	208	525	733	29	8,0	21,0	0	0,0	0	0	
				29																29
2	Język obcy I (DW)	Og	Ogólny					30		30	20	50	2	1,2	0,8	30	2,0	DW	2	Zbo
2	Zajęcia sportowo-rekreacyjne	Og	Ogólny		30					30	0	30	0	0,0	0,0					Zbo
2	Strategie konkurencji	Zawr. S6	Kierunkowy	30	30					60	90	150	6	2,4	3,6	30	3,0			E, Zio
2	Zarządzanie projektami	Zawr.	Kierunkowy	30						30	45	75	3	1,2	1,8					E
2	Podstawy rachunkowości	FIR	Kierunkowy	30	30					60	65	125	5	2,4	2,6	30	2,5			E, Zio
2	Zarządzanie organizacjami	Zawr.	Kierunkowy	30						30	70	100	4	1,2	2,8					E
2	Statystyka opisowa	Zawr. FIR	Kierunkowy	30	30					60	40	100	4	2,4	1,6	30	2,0			E, Zio
2	Prawo gospodarcze publiczne	Zawr. prawo S8	Kierunkowy	30						30	45	75	3	1,2	1,8					E
2	Marketing współczesny	-	Kierunkowy				45			45	55	100	4	1,8	2,2	45	4,0			Zio
				180	120	0	45	30	0	375	430	805	31	13,8	17,2	165	13,5	1	2	
				31																31
3	Język obcy (II) (DW)	Og	Ogólny					30		30	20	50	2	1,2	0,8	30	2,0	DW	2	Zbo
3	Zajęcia sportowo-rekreacyjne	Og	Ogólny		30					30	0	30	0	0,0	0,0					Zbo
3	Informatyka w zarządzaniu	Zawr. S5	Kierunkowy				30			30	70	100	4	1,2	2,8	30	4,0			E
3	Analiza rynku	-	Kierunkowy	30	30					60	40	100	4	2,4	1,6	30	2,0			E, Zio
3	Mikroekonomia	FIR	Kierunkowy	30						30	45	75	3	1,2	1,8					E
3	Komunikacja marketingowa (Ilona)	Kierunkowy	30	30						60	40	100	4	2,4	1,6	30	2,0			E, Zio
3	Zarządzanie marką	Zawr. S5	Kierunkowy				45			45	55	100	4	1,8	2,2	45	4,0			Zio
3	Zachowania konsumentów	Zawr. S5	Kierunkowy				45			45	55	100	4	1,8	2,2	45	4,0			Zio
3	Podstawy negocjacji i mediacji (Ilona)	Zawr. S5	Kierunkowy	30		30				60	65	125	5	2,4	2,6	30	2,5			E, Zio
				120	90	30	120	30	0	390	390	780	30	14,4	15,6	240	20,5	1	2	
				30																30
4	Język obcy (III) (DW)	Og	Ogólny					30		30	20	50	2	1,2	0,8	30	2,0	DW	2	Zbo
4	Podstawy public relations (Ilona)	Zawr.	Kierunkowy	30						30	70	100	4	1,2	2,8					E
4	Prawo handlu elektronicznego / Prawo własności przemysłowej (DW)	Prawo S8	Kierunkowy	30			30			30	45	75	3	1,2	1,8	30	3,0	DW	3	Zio
4	Marketing cyfrowy i e-commerce	Kierunkowy	30	30						60	90	150	6	2,4	3,6	30	3,0			E, Zio
4	Marketing w handlu i usługach / Marketing instytucji finansowych (DW)	Zawr. S6 / FIRS6	Kierunkowy	30						30	45	75	3	1,2	1,8			DW	3	E
4	Makroekonomia	FIR	Kierunkowy	30						30	70	100	4	1,2	2,8					E
4	Zarządzanie jakością	Zawr. S4	Kierunkowy	30						30	45	75	3	1,2	1,8					E
4	Badania marketingowe	Zawr. S4	Kierunkowy	30	30					60	65	125	5	2,4	2,6	30	2,5			E, Zio
				180	60	0	30	30	0	300	450	750	30	12,0	18,0	120	10,5	3,0	8	
				30																30
5	Język obcy (IV) (DW)	Og	Ogólny					30		30	45	75	3	1,2	1,8	30	3	DW	3	Zio
5	Marketing społeczny / Collaborative i impact marketing (DW)	AAZR S5	Kierunkowy					30		30	45	75	3	1,2	1,8	30	3	DW	3	Zio
5	Strategie i techniki sprzedaży	-	Kierunkowy			30				30	45	75	3	1,2	1,8	30	3			Zio
5	Content marketing i copywriting	-	MC																	
5	Podstawy reklamy (Ilona)	Zawr. S5	REK	30	30					60	40	100	4	2,4	1,6	30	2	DW	4	E, Zio
5	Strategie i narzędzia promocji (Ilona)	-	KM																	
5	Marketing w wyszukiwarkach internetowych (SEM) i pozycjonowanie stron internetowych (SEO)	-	MC																	
5	Tworzenie programów lojalnościowych	-	REK	15		30				45	30	75	3	1,8	1,2	30	2	DW	3	E, Zio
5	Badowanie marki osobistej (Ilona)	-	KM																	
5	Metodyka przygotowania projektu	-	Kierunkowy					30		30	45	75	3	1,2	1,8	30	3			Zio
5	Praktyka zawodowa (DW)	-	Kierunkowy						360	360	0	360	12	12	0	360	12	DW	12	Zbo
				45	30	60	60	30	360	585	250	835	31	21,0	10,0	540	28	5	25	
				31																31
6	Planowanie marketingowe	Zawr. S6	Kierunkowy				45			45	30	75	3	1,8	1,2	45	3			Zio
6	Influence marketing i marketing afiliacyjny	-	MC																	
6	Psychologia reklamy (Ilona ???)	Zawr. S6	REK				45			45	30	75	3	1,8	1,2	45	3	DW	3	Zio
6	Omnichannel marketing	Media S2	KM																	
6	Reklama internetowa - formy i narzędzia	-	MC																	
6	Tworzenie kampanii reklamowych (Ilona)	-	REK	30	30					60	40	100	4	2,4	1,6	30	2	DW	4	E, Zio
6	Zarządzanie relacjami z klientem (CRM)	Zawr. S6	KM																	
6	Marketing w mediach społecznościowych i e-mail marketing	-	MC																	
6	Sponsoring i organizacja wydarzeń	-	REK				45			45	30	75	3	1,8	1,2	45	3	DW	3	Zio
6	Kontakt z mediami (Ilona)	Polis. S2	KM																	
6	Projekt społeczny	-	Kierunkowy					30		30	70	100	4	1,2	2,8	30	4			Zio
6	Praktyka zawodowa (DW)	-	Kierunkowy						360	360	0	360	12	12	0	360	12	DW	12	Zbo
				30	30	0	165	0	360	585	200	785	29	21	8	555	27,0	0	22	0
				29																29
RAZEM W CYKLU STUDIÓW				763	330	90	420	120	720	2443	2245	4688	180	90,2	89,8	1620	99,5	10	59	
				2443																2443
				4688																4688
				Precent																100%
				50,1%																50,1%
				49,9%																49,9%
				55,3%																55,3%
				32,8%																32,8%

Formy zajęć: W - wykład; Ć - ćwiczenia; War - warsztat; Konw - konwersatorium; Lekt - lektorat; PrZaw - praktyka zawodowa
Formy zaliczenia: E - egzamin; Zbo - zaliczenie bez oceny; Zio - zaliczenie na ocenę
Model kształcenia: MC - marketing cyfrowy; REK - reklama; KM - komunikacja marketingowa

Nazwa i numer przedmiotu / przedmiot	Charakter	Charakter
0		
1		
5		
4		
5		
4	5	
24	5	
29		
2		
0		
6		
3		
2	3	
4		
2	2	
3		
4		
26	5	
31		
2		
0		
4		
2	2	
	3	
4		
4		
4		
5		
25	5	
30		
2		
4		
3		
6		
3		
	4	
3		
5		
26	4	
30		
3		
2	1	
4		
3		
3		
8		
8	4	
26	5	
31		
3		
3		
4		
3		
3	1	
8	4	
24	5	
29		
151	29	
84%	16%	